

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, Wahyu, and Septiana Wulansari, 'Pandangan Ekonomi Syariah Atas Pengaruh Ekuitas Merek, Harga, Dan Distribusi Terhadap Trend Keputusan Pembelian Rokok Elektrik (Studi Pada Mahasiswa Di Kota Palangka Raya)', *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis (JEBS)*, 2.1 (2022), 422–32 <<https://doi.org/10.47233/jebs.v2i1.124>>
- Amin, Nur Fadilah, Sabaruddin Garancang, and Kamaluddin Abunawas, 'Konsep Umum Populasi Dan Sampel Dalam Penelitian', *Jurnal Pilar*, 14.1 (2023), 15–31
- Ana, Novi Three, 'Pengaruh Ulasan Pelanggan Online, Peringkat Dan Layanan Pelanggan Online Sebagai Pilihan Berbelanja Di Marketplace Tokopedia', *Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, 1.2 (2022), 252–64
- Ardiansyah, Risnita, and M. Syahran Jailani, 'Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian Ilmiah Pendidikan Pada Pendekatan Kualitatif Dan Kuantitatif', *Jurnal IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam*, 1.2 (2023), 1–9 <<https://doi.org/10.61104/ihsan.v1i2.57>>
- Ariyanto, Moch Jefri dan Parikesit Penangsang, 'Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Koperasi (Studi Kasus : Koperasi Di Surabaya Utara)', 7.July (2020), 1–23
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Jepara. (26 September 2023). Kecamatan Jepara Dalam Angka 2023. Diakses pada 6 Januari 2024, dari <https://jeparakab.beta.bps.go.id/id/publication/2023/09/26/a87719bb67d8c78647431b65/kecamatan-jepara-dalam-angka-2023.html>, 'No Title'
- Bintang Arbina Swari, Dewa Ayu Ketut, and Gede Sri Darma, 'Kepercayaan Lintas Generasi Dalam Penggunaan Social Media Dan Electronic Word of Mouth', *Jurnal Manajemen Bisnis*, 16.4 (2019), 145 <<https://doi.org/10.38043/jmb.v16i4.2256>>
- Briliani, Rizka Asri, Diah Safitri M.Si, and Drs. Sudarno M.Si, 'Analisis Kecenderungan Pemilihan Kosmetik Wanita Di Kalangan Mahasiswa Jurusan Statistika Unniversitas Diponegoro Menggunakan Biplot Komponen Utama', *Jurnal Gaussian*, 5.3 (2016), 547–48 <<http://ejournal-sl.undip.ac.id/index.php/gaussian>>

- Bryan, Nico Michael, Keni Keni, Edi Surya Negara, and Purnama Dharmawan, 'Pengaruh Brand Competence, Brand Trust, Brand Experience, Dan E-Wom Terhadap Brand Loyalty Dompert Digital', *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 7.1 (2023), 17–29
<<https://doi.org/10.24912/jmieb.v7i1.22067>>
- Budiaji, Weksi, 'The Measurement Scale and The Number of Responses in Likert Scale', *Jurnal Ilmu Pertanian Dan Perikanan Desember*, 2.2 (2013), 127–33
<<https://doi.org/10.31227/osf.io/k7bgy>>
- Dahlan, Divanka Amelia, and Alimuddin Rizal Rivai, 'Pengaruh Social Media Marketing Activities (Smma) Terhadap Brand Equity Serta Dampaknya Pada E-Wom Dan Komitmen Relasional', *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4.3 (2022), 1609–23
- Dila Khoirin anisa, and Novi Marlana, 'Pengaruh User Generated Content Dan E-Wom Pada Aplikasi Tik-Tok Terhadap Purchase Intention Produk Fashion', *Jurnal Sinar Manajemen*, 9.2 (2022), 207–18
<<https://doi.org/10.56338/jsm.v9i2.2610>>
- Effendy, Femmy, and Asep Samsul Bakhri, 'Analysis of the Effect of User-Generated Content (Ucg) Information From Social Media and Positive Electronic Word of Mouth (E-Wom Positive) on Tourist Visiting Intentions in Indonesia', *Jmm Unram - Master of Management Journal*, 11.4 (2022), 321–30
<<https://doi.org/10.29303/jmm.v11i4.745>>
- Fazrin, Alaina, and Mazaya Rizy Safira, 'Hubungan Electronic Word of Mouth Dan Ekuitas Merek Terhadap Loyalitas Konsumen HP Samsung', *Jurnal PIKMA : Publikasi Ilmu Komunikasi Media Dan Cinema*, 4.2 (2022), 98–111
<<https://doi.org/10.24076/pikma.v4i2.637>>
- febrianawati yusup, 'Uji Validitas Dan Reabilitas Instrumen Penelitian Kuantitatif', *Jorpres (Jurnal Olahraga Prestasi)*, 13.1 (2017), 53–59
<<https://doi.org/10.21831/jorpres.v13i1.12884>>
- Firmansyah, M Anang, 'Macam-Macam Variabel Penelitian', 2012, 1–4
- Ghozali, Imam, *Model Persamaan Struktural Konsep Dan Aplikasi Dengan Program AMOs 24 Uptade Bayesian SEM* (Semarang: Badan Penerbit UNDIP, 2017)

- Gisely Vionalita SKM. M.Sc., 'Kerangka Konsep Dan Definisi Operasional', *Journal*, 1 (2019), 8–12
- Hamid, Rahmad Solling dan Suhardi M Anwar, *Structural Equation Modeling (SEM) Berbasis Varian* (Jakarta Pusat: PT Inkubator Penulis Indonesia, 2019)
- Hanako Fatimah Pertiwi, Effy Zalfiana Rusfian, 'Barang Mewah Dengan Membeli Secara Online.', *Ilmiah Indonesia*, 6.11 (2021)
- Hermaren, Vinna, and Adrian Achyar, 'The Effect of Firm Created Content and User Generated Content Evaluation on Customer-Based Brand Equity', *INOBI: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 2.1 (2018), 86–100 <<https://doi.org/10.31842/jurnal-inobis.v2i1.63>>
- Heryana, Ade, 'Hipotesis Penelitian', *Eureka Pendidikan*, June, 2014, 1 <<https://doi.org/10.13140/RG.2.2.11440.17927>>
- Hikmah, Jurnal, 'Paradigm', *Computer Graphics Forum*, 39.1 (2020), 672–73 <<https://doi.org/10.1111/cgf.13898>>
- '<https://Ffolk.Co/Article/Money/Penjualan-Skincare-Skintific-Meroket-Bukti-Algoritma-Project-s-Tiktok-Di-Indonesia>'
- 'https://Www.Kompas.Id/Baca/Adv_post/Skintific-Sukses-Raih-Beragam-Penghargaan-Dan-Jadi-Skincare-Banyak-Dicari'
- Kasmiri, Kasmiri, and Dini Try Setiany, 'Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Pada Mahasiswi Universitas Suryakencana Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhinya', *Finansha: Journal of Sharia Financial Management*, 1.1 (2020), 1–11 <<https://doi.org/10.15575/fsfm.v1i1.9615>>
- Kesumahati, Erilia, and Raymond, 'Analisis Pengaruh Brand Equity, E-Wom, Dan Brand Image Dari Social Media Terhadap Purchase Intention Restoran Fast Food Di Kota Batam', *Conference on Business, Social ...*, 1.1 (2021), 297–308 <<https://journal.uib.ac.id/index.php/conescintech/article/view/5851%0Ahttps://journal.uib.ac.id/index.php/conescintech/article/download/5851/1793>>
- Khair, Tekrisna, and Ma'ruf Ma'ruf, 'Pengaruh Strategi Komunikasi Media Sosial Instagram Terhadap Brand Equity, Brand Attitude, Dan Purchase Intention', *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 4.2 (2020), 1 <<https://doi.org/10.24198/jmk.v4i2.25948>>
- Latan, Hengky, *Model Persamaan Struktural Teori Dan*

- Implementasi AMOS 21.0* (Bandung: Alfabeta, 2013)
<<https://inlislite.uin-suska.ac.id/opac/detail-opac?id=13858>>
- Lin, Kejun, Wenbin Du, Shixin Yang, Chang Liu, and Sanggyun Na, 'The Effects of Social Media Communication and E-WOM on Brand Equity: The Moderating Roles of Product Involvement', *Sustainability (Switzerland)*, 15.8 (2023), 1–20 <<https://doi.org/10.3390/su15086424>>
- Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa* (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada)
- Pinuji, Muhammad Fariz, 'Pengaruh User-Generated Content Sebagai Alat Komunikasi Bisnis Terhadap Kredibilitas Informasi Website "Tokopedia"', *Inter Script: Journal of Creative Communication*, 1.1 (2019), 19–33 <<https://doi.org/10.33376/is.v1i1.347>>
- Pradipta, Dicho, Kadarisma Hidayat, and Sunarti, 'Pengaruh Brand Equity Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Pembeli Dan Pengguna Kartu Perdana SimPATI Telkomsel Di Lingkungan Mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis Angkatan 2012 & 2013 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang)', *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 34.1 (2016), 138–47 <administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id>
- Putri Kinanti, Syafira, and Berlian Primadani Satria Putri, 'Pengaruh Media Sosial Instagram @Zapcoid Terhadap Brand Equity Zap Clinic', *Jurnal Komunikasi*, 9.1 (2017), 53–64 <<https://media.neliti.com/media/publications/137697-ID-pengaruh-media-sosial-instagram-zapcoid.pdf>>
- Putri, Vania Mariska, and Rosdiana Sijabat, 'Pengaruh Firm Generated Content, Electronic Word of Mouth, Celebrity Endorsement, Harga Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Memilih Klinik Gigi', *Jurnal InterAct*, 10.1 (2021), 57–71 <<https://doi.org/10.25170/interact.v10i1.2484>>
- Rizky Registra Pasha, Devilia Sari, 'Analisis Pengaruh Sosial Media Marketing Activity Dan E-Wom Terhadap Brand Equity Di Situs Belanja Online Shopee Pada Masyarakat Dikota Bandung', 6.2 (2019), 3920–29
- Rosmala Dewi, Meslo Pardede, 'Pengaruh Kemampuan Kerja, Motivasi dan Pengembangan Karier Terhadap Kinerja Karyawan PT. Bina Buana Semesta Rosmala', *Jurnal Ekonomi Bisnis Indonesia*, 16.1 (2021), 19–25

- Rubyanti, Desi, and Irwansyah Irwansyah, 'Peran User Generated Content (Ugc) Instagram Pada Industri Makanan', *Mediakom*, 4.1 (2020), 1–24 <<https://doi.org/10.32528/mdk.v4i1.3569>>
- Safitri, Rizki Ayu, and Barkah, 'Pengaruh Content Marketing, Dan Penggunaan Kol (Key Opinion Leader) Tasya Farasya Pada Produk Skincare Skintific Terhadap Minat Beli Melalui Brand Awareness Di Kota Pontianak', *Seminar Nasional Bisnis Seri 7*, 4.22 (2019), 640–53
- Sagynbekova, Sabira, Ecem Ince, Oluwatobi A. Ogunmokon, Ridhwan O. Olaoke, and Uchechukwu E. Ukeje, 'Social Media Communication and Higher Education Brand Equity: The Mediating Role of EWOM', *Journal of Public Affairs*, 21.1 (2021) <<https://doi.org/10.1002/pa.2112>>
- Sinay, Sari Olivia, and Ananda Sabil Hussein, 'Pengaruh Electronic Word Of Mouth (EWOM) Terhadap Sikap Dan Niat Beli Konsumen Pada Produk The Body Shop Dalam Forum Female Daily', *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*, 3(2), 25–3.5 (2015), 1689–99 <<https://jimfeb.ub.ac.id/index.php/jimfeb/article/download/1795/1645>>
- Soewandi, Melinda, 'The Impact of Social Media Communication Forms on Brand Equity Dimensions and Consumer Purchase Intention', *IBuss Management*, 3.2 (2015), 204–13
- Sofiana, Ana Maria, *Hasil Wawancara* (Jepara)
- Stanley, J. Baran, Dennis K. Davis, *Teori Komunikasi Massa Edisi 5* (Jakarta: Salemba Humanika, 2018)
- Supriyadi, Edy, *SPSS+amos* (Bogor: In Media, 2014) <<https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=991114>>
- Suryana A, 'Metode Penelitian Metode Penelitian', *Metode Penelitian Kualitatif*, 17, 2017, 43 <[http://repository.unpas.ac.id/30547/5/BAB III.pdf](http://repository.unpas.ac.id/30547/5/BAB%20III.pdf)>
- Sutisna, Icam, 'Statistika Penelitian: Teknik Analisis Data Penelitian Kuantitatif', *Universitas Negeri Gorontalo*, 1.1 (2020), 1–15 <<https://repository.ung.ac.id/get/karyailmiah/4610/Teknik-Analisis-Data-Penelitian-Kuantitatif.pdf>>
- Taan, Hapsawati, Djoko Lesmana Radji, Herlina Rasjid, and Indriyani, 'Social Media Marketing Untuk Meningkatkan Brand Image', *Journal of Management & Business*, 4.1

(2021),

315–30

<<https://doi.org/10.37531/sejaman.v4i1.1268>>

West, Richard dan Lynn H. Tunner, *Pengantra Teori Komunikasi Analisis Dan Aplikasi Buku 1 Edisi 3* (Jakarta: Salemba Humanika, 2013)

